BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

MĨ THUẬT 10

THIẾT KẾ ĐỒ HOẠ

KẾT NỐI TRI THỨC
VỚI CUỘC SỐNG

NHÀ XUẤT BẢN GIÁO DỤC VIỆT NAM

NGUYỄN XUÂN NGHỊ (Tổng Chủ biên)
PHẠM DUY ANH (Chủ biên)
VƯƠNG QUỐC CHÍNH

MĨ THUẬT

THIẾT KẾ ĐỒ HOẠ

(Tái bản lần thứ ba)

10

KẾT NỐI TRI THỨC
VỚI CUỘC SỐNG

NHÀ XUẤT BẢN GIÁO DỤC VIỆT NAM

HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG SÁCH

Mỗi bài học trong sách giáo khoa *Mĩ thuật 10 – Thiết kế đồ hoạ* được tổ chức thành bốn hoạt động cụ thể sau:

KHÁM PHÁ — Học sinh tìm hiểu, có nhận thức ban đầu về nội dung bài học.

NHẬN BIẾT — Học sinh lĩnh hội và hình thành kiến thức, kĩ năng liên quan đến bài học.

THẢO LUẬN — Học sinh củng cố nội dung, yêu cầu cần đạt được của bài học.

VẬN DỤNG — Học sinh sử dụng kiến thức, kĩ năng đã học để giải quyết những vấn đề của cuộc sống liên quan đến bài học.

Câu lệnh thực hành

Câu hỏi

Những hướng dẫn kĩ thuật, cách làm sản phẩm mĩ thuật trong sách có tính gợi ý, nhằm giúp học sinh thuận tiện hơn trong việc thực hành.

Hãy bảo quản, giữ gìn sách giáo khoa để dành tặng các em học sinh lớp sau!

LỜI NÓI ĐẦU

Nội dung *Thiết kế đồ hoạ* cấp Trung học phổ thông cung cấp những kiến thức cơ bản về ngành thiết kế đồ hoạ như: nghệ thuật chữ và hình, thiết kế xuất bản phẩm, tranh áp phích. Qua đó, giúp học sinh hình thành tư duy thiết kế logo, bìa sách, áp phích đơn giản. Sách giáo khoa *Mĩ thuật 10 – Thiết kế đồ hoạ* được biên soạn đáp ứng mục tiêu đặt ra, đó là: học sinh biết được vài nét về thiết kế đồ hoạ và đặc điểm thiết kế logo để thực hiện phác thảo, biểu đạt được ý tưởng và hoàn thiện thiết kế logo đơn giản. Cuốn sách giới thiệu những yếu tố tạo hình cơ bản tạo nên một sản phẩm thiết kế đồ hoạ như: đường nét, hình, màu sắc, nghệ thuật chữ, thông qua đó, học sinh có thể vận dụng đưa yếu tố thẩm mĩ vào những hoạt động đời sống hằng ngày để có một cái nhìn mới về nghề nghiệp tương lai.

Mỗi bài học được biên soạn theo bốn hoạt động: Khám phá – Nhận biết – Thảo luận – Vận dụng, phù hợp với khả năng lĩnh hội kiến thức cũng như thuận tiện cho việc tổ chức những bài thực hành, qua đó góp phần cùng các nội dung Mĩ thuật khác để hình thành, phát triển năng lực theo đúng yêu cầu đặt ra đối với môn học.

CÁC TÁC GIẢ

MỤC LỤC

Bài	NỘI DUNG	Trang
1	Khái quát về thiết kế đồ hoạ	5
2	Thiết kế logo đơn giản	18
	Một số thuật ngữ dùng trong sách	31
	Bảng tra cứu tên riêng nước ngoài	31

KẾT NỐI TRI THỨC
VỚI CUỘC SỐNG

BÀI 1

KHÁI QUÁT VỀ THIẾT KẾ ĐỒ HOẠ

Yêu cầu cần đạt

- Nhận diện và biết được những yếu tố tạo hình cơ bản trong thiết kế đồ hoạ.
- Nhận biết được vai trò của nghệ thuật chữ trong thiết kế đồ hoạ.
- Biết lựa chọn, sắp xếp chữ và hình trong thiết kế đồ hoạ.
- Bước đầu biểu đạt được ý tưởng nội dung trong thiết kế đồ hoạ.
- Biết nhận định về vẻ đẹp của yếu tố tạo hình trên sản phẩm thiết kế đồ hoạ. Từ đó, hiểu và yêu thích công việc liên quan đến lĩnh vực này.

KHÁM PHÁ

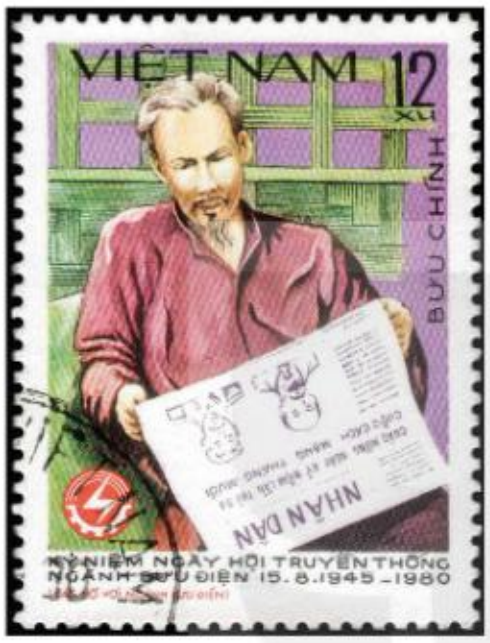
Vài nét về thiết kế đồ hoạ

Thiết kế đồ hoạ là một thể loại mĩ thuật ứng dụng. Người làm công việc thiết kế được gọi là hoạ sĩ thiết kế hay nhà thiết kế. Thiết kế đồ hoạ là sự kết hợp giữa ý tưởng sáng tạo và khả năng cảm nhận thẩm mĩ thông qua hình ảnh, nghệ thuật chữ, đường nét, màu sắc trong không gian hai chiều hoặc ba chiều cùng với sự hỗ trợ của máy tính và các phần mềm thiết kế đồ hoạ để tạo ra những sản phẩm đẹp, ấn tượng, vừa đảm bảo được các yếu tố thẩm mĩ vừa có công năng sử dụng cho sản phẩm.

Không gian làm việc của một nhà thiết kế đồ hoạ(1)

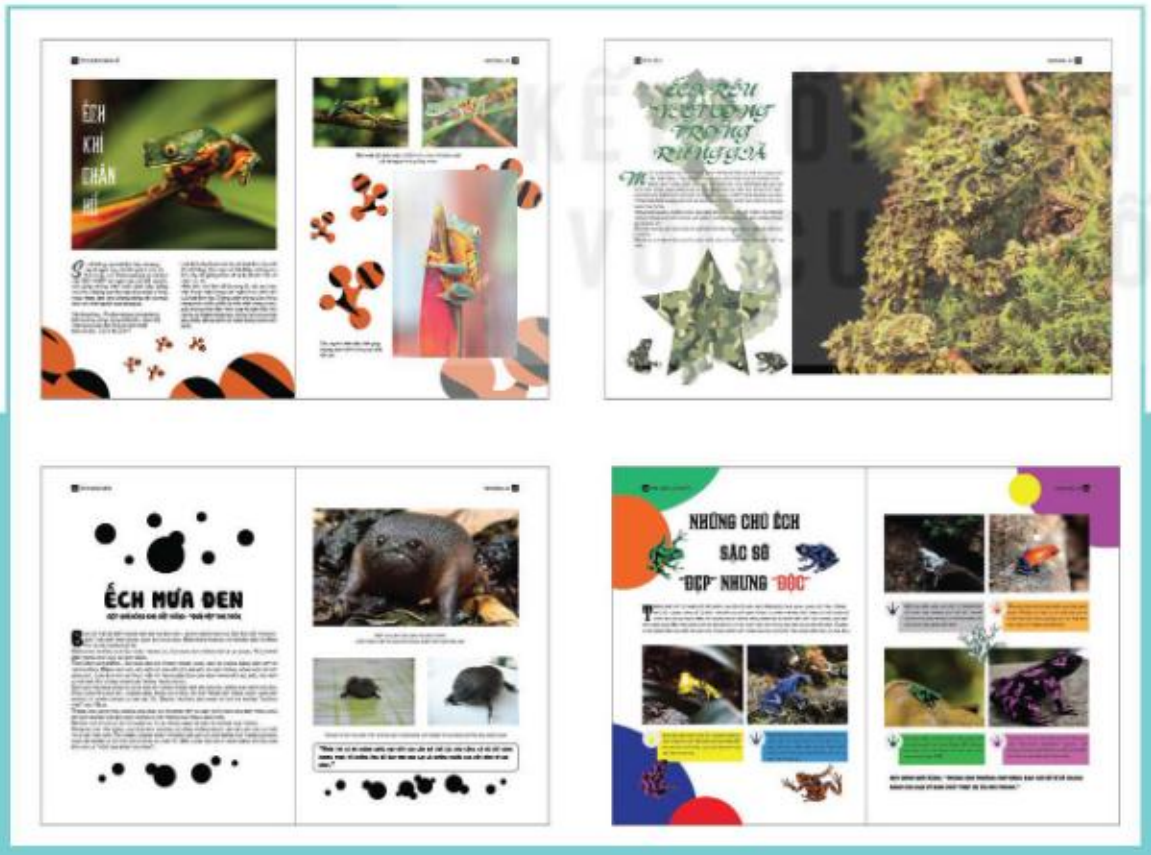
(1) Nguồn: kozirsky

Thiết kế đồ hoạ xuất hiện trong hầu hết các lĩnh vực: kinh tế, văn hoá, xã hội, khoa học, giáo dục, truyền thông,... Các sản phẩm của thiết kế đồ hoạ có thể được thể hiện trên tem, tờ báo, cuốn sách, nhãn mác bao bì, các hệ thống biển, bảng quảng cáo trên đường phố, trong các siêu thị, khu vui chơi hay trên trang web, truyền hình,... Sản phẩm đồ hoạ còn có thể là các nhân vật, bối cảnh trong phim hoạt hình, trò chơi điện tử. Ngày nay, yêu cầu về chất lượng cũng như tính thẩm mĩ của sản phẩm ngày một cao. Một sản phẩm muốn cạnh tranh được trên thị trường không chỉ cần chất lượng tốt mà còn phải có mẫu mã đẹp, kiểu dáng mới lạ. Hoạ sĩ thiết kế đồ hoạ đóng vai trò không nhỏ trong việc giúp sản phẩm có tính cạnh tranh.

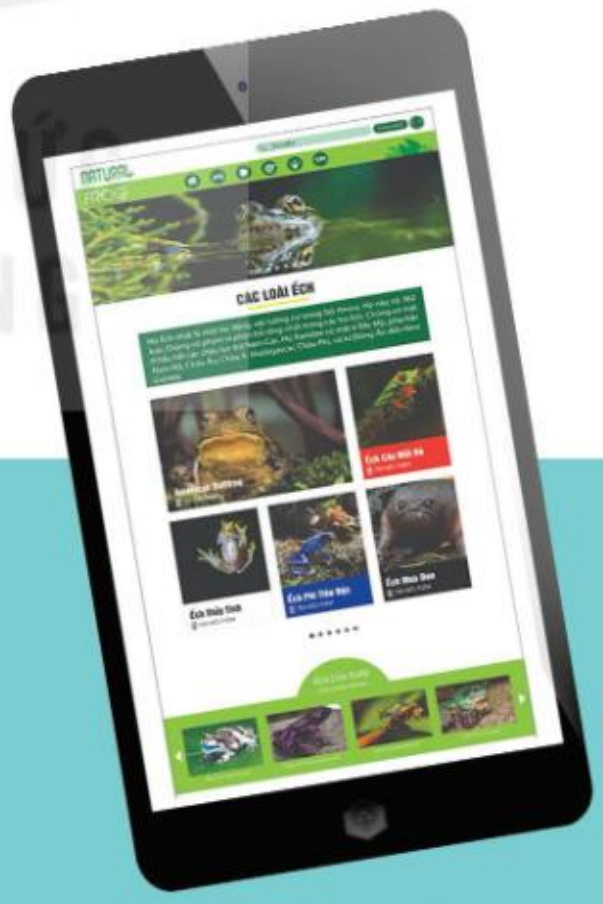


Tem bưu chính(1)

Thiết kế sách(2)



Thiết kế tạp chí(3)



Thiết kế báo điện tử(4)

(1) Nguồn: kozirsky
(2) Nguồn: Chu Hồng Lanh
(3) Nguồn: Trần Thị Lan
(4) Nguồn: Nguyễn Quang Hưng

Tranh cổ động trên đường phố(1)

Bộ bao bì sản phẩm(2)

– Sự khác nhau giữa công việc của hoạ sĩ sáng tác tranh và hoạ sĩ thiết kế đồ hoạ là gì?

– Những sản phẩm trong lĩnh vực thiết kế đồ hoạ là gì?

(1) Nguồn: Duy Anh
(2) Nguồn: Lê Anh Linh

NHẬN BIẾT

Những yếu tố cơ bản trong thiết kế đồ hoạ

Thiết kế đồ hoạ là một trong những phương tiện truyền thông bằng hình ảnh, thông qua sự sáng tạo của nhà thiết kế trong việc kết hợp giữa hình, đường nét, màu sắc và chữ nghệ thuật.

– **Yếu tố đường nét trong thiết kế đồ hoạ**

Đường nét có thể nói là sự bắt đầu cho hầu hết các sáng tạo nghệ thuật cho dù ta vẽ tranh hoặc phác hoạ các ý tưởng cho một sản phẩm thiết kế đồ hoạ. Hầu hết các thiết kế bắt đầu bằng nét. Nét tạo sự chuyển động, nhấn mạnh thông tin trên một sản phẩm thiết kế. Có rất nhiều loại đường nét như: nét cong, nét thẳng, nét ngang, nét dích dắc, nét đứt đoạn, nét lượn sóng, nét song song. Trong thiết kế, yếu tố đường nét thường được các nhà thiết kế khai thác để tạo hình ảnh cụ thể tạo sự hấp dẫn cho sản phẩm thiết kế. Bên cạnh đó nét còn có thể là những đường dóng dùng để định vị, tổ chức sắp xếp hình ảnh và chữ trên một thiết kế.

Tranh minh hoạ(1)

Logo sử dụng nét làm chủ đạo(2)

Bài bố cục nét(3)

(1) Nguồn: Nguyễn Toàn
(2) Nguồn: Nguyễn Quốc Hà
(3) Nguồn: Lê Huy Tuấn

Thiết kế lịch để bàn(1)

Thiết kế bao bì tất trẻ em(2)

Tranh cổ động chào mừng Đại hội XIII của Đảng(3)

Thiết kế bao bì mì nui(4)

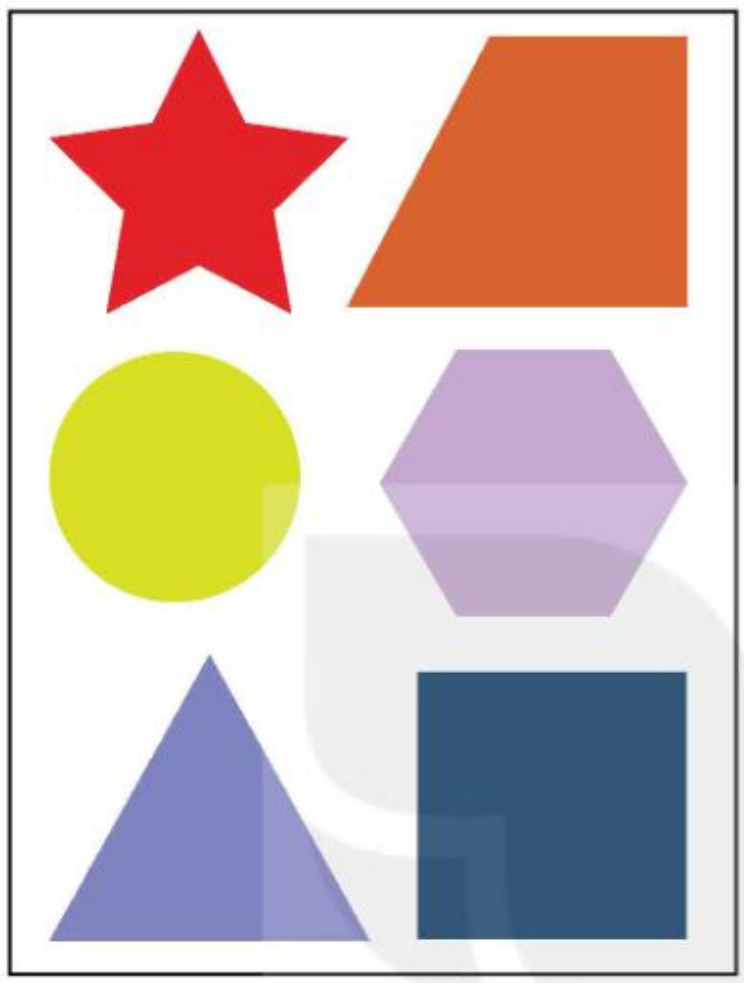
Yếu tố đường nét trong lĩnh vực thiết kế đồ hoạ có điểm gì khác so với lĩnh vực hội hoạ?

(1), (2), (4) Nguồn: Ngô Thị Trang
(3) Nguồn: Trần Đức Lợi

KẾT NỐI TRI THỨC VỚI CUỘC SỐNG

– **Yếu tố hình trong thiết kế đồ hoạ**

Hình được coi là nét khép kín chu vi của vật thể, bao gồm một số hình dạng hình học quen thuộc như hình tròn, hình vuông, hình tam giác, hình chữ nhật,... và các hình dạng tự nhiên như cỏ, cây, hoa, lá, mây, nước,...



Các dạng hình học

Áp phích cho Triển lãm Bau-hau (Bauhaus) 1923 ở Vai-ma (Weimar), Giu-Xmít (Joost Schmidt) (1)

Hình dạng tự nhiên(2)

Hình dạng tự nhiên ứng dụng trong thiết kế bao bì(3)

Yếu tố hình trong lĩnh vực thiết kế đồ hoạ có điểm gì khác so với lĩnh vực hội hoạ?

(1) Nguồn: Wikipedia
(2) Nguồn: rosypatterns
(3) Nguồn: Phạm Quỳnh Anh

– **Yếu tố màu sắc trong thiết kế đồ hoạ**

Màu sắc là yếu tố quan trọng trong thiết kế, sự kết hợp màu sắc khác nhau có thể thay đổi hoàn toàn hiệu ứng của một thiết kế. Màu sắc trên các sản phẩm thiết kế không chỉ có tính trang trí thuần tuý để mang lại sự thú vị về mặt thị giác mà còn có thể gợi lên cảm xúc về một thông điệp nào đó mà nhà thiết kế muốn gửi gắm trong sản phẩm. Tìm ra màu sắc có hiệu ứng tốt là cả một quá trình sáng tạo, tìm tòi của nhà thiết kế.

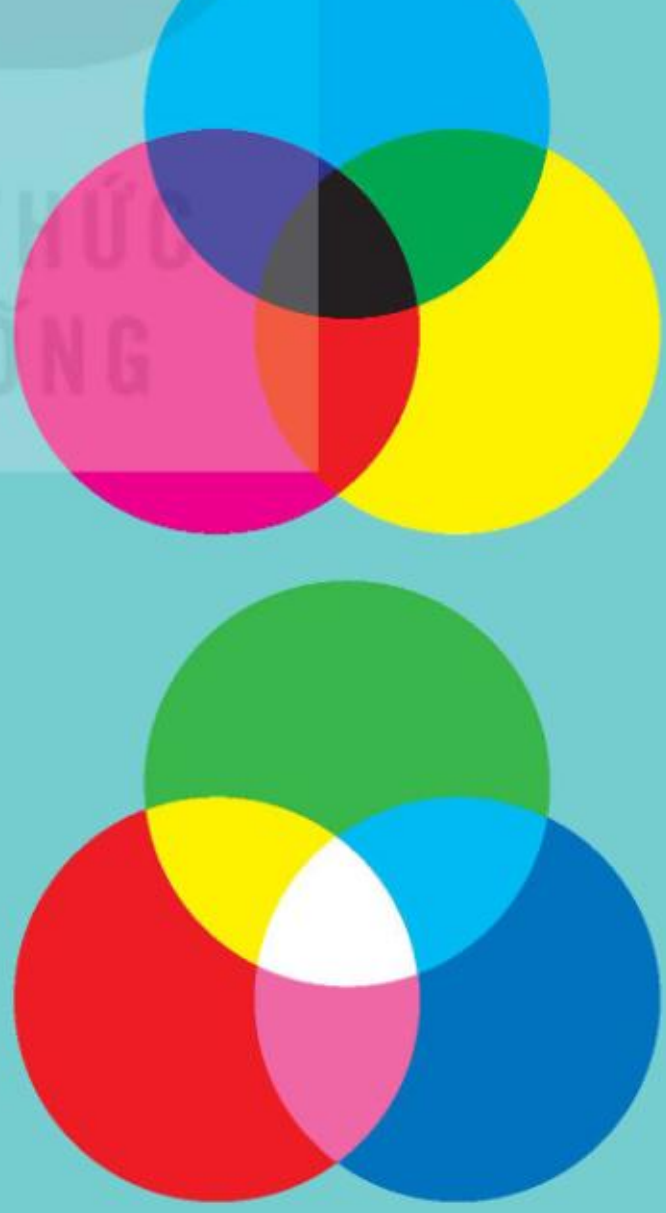
Bên cạnh lí thuyết truyền thống về ba màu cơ bản (màu gốc: đỏ, vàng, xanh lam), còn có hai mô hình màu thường được các nhà thiết kế sử dụng trong quá trình thiết kế đồ hoạ:

Yếu tố màu sắc trong lĩnh vực thiết kế đồ hoạ có điểm gì khác so với lĩnh vực hội hoạ?

EM CÓ BIẾT

– Mô hình màu lục lam, hồng cánh sen, vàng, đen (CMYK) được dùng nhiều trong các thiết kế liên quan đến in ấn: C = Cyan trong tiếng Anh có nghĩa là màu xanh lơ hay cánh chả; M = Magenta trong tiếng Anh có nghĩa là màu cánh sen hay hồng sẫm; Y = Yellow trong tiếng Anh có nghĩa là màu vàng; K = Key (trong tiếng Anh nên hiểu theo nghĩa là cái gì đó then chốt hay chủ yếu để ám chỉ màu đen mặc dù màu này có tên tiếng Anh là black do chữ B đã được sử dụng để chỉ màu xanh lam (blue) trong mô hình màu RGB.

– Mô hình màu đỏ, xanh lá cây, xanh lam (RGB) thường được dùng trong các thiết kế hiển thị trên màn hình máy vi tính, màn hình điện thoại, tivi: R = Red, G = Green, B = Blue là ba màu gốc. Ánh sáng thuộc ba màu gốc này khi cùng cường độ chồng lên nhau sẽ tạo nên màu trắng. Thay đổi cường độ sáng của các nguồn sẽ tạo ra đủ gam màu từ ba màu gốc.



– **Yếu tố chữ trong thiết kế đồ hoạ**

Nghệ thuật chữ[1] trong thiết kế có hai chức năng cơ bản là truyền tải thông tin (truyền thông) và thẩm mĩ (nghệ thuật chữ). Hai chức năng này luôn song hành cùng nhau. Mỗi con chữ, cụm chữ qua sự sáng tạo của nhà thiết kế trở thành hình ảnh hay mảng màu sắc trên sản phẩm thiết kế.

Trong quá trình thiết kế, các nhà thiết kế thường lấy chữ cái làm đối tượng khai thác, khiến các con chữ luôn vận động, sáng tạo và mang tính nghệ thuật cao. Nghệ thuật chữ được biểu hiện qua sự sáng tạo về kiểu chữ, sắp xếp bố cục kết hợp với hình ảnh và lựa chọn màu sắc, tạo cho các con chữ sự hấp dẫn, lôi cuốn khiến cho người xem tập trung thị giác cao.

Tạo dáng chữ và số trong thiết kế

ABCDEFGH
1234567890

ABCDEFGH
1234567890

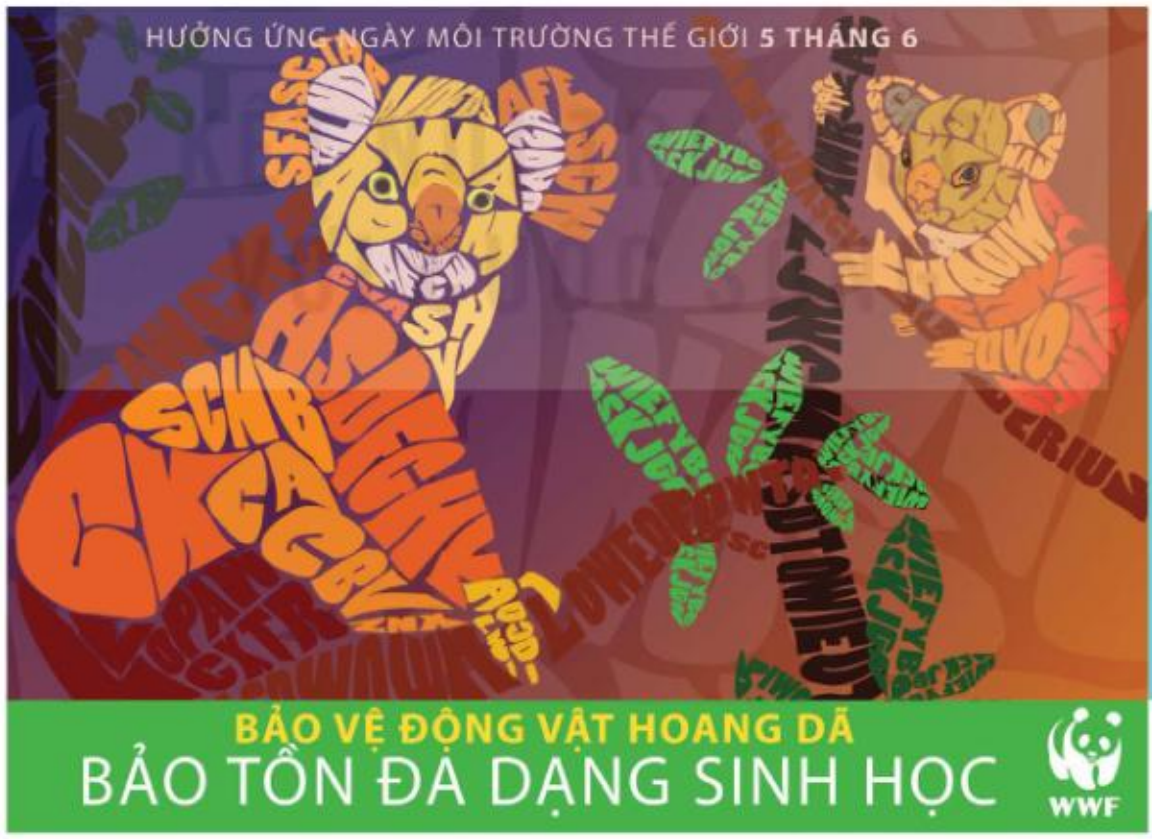
Mẫu chữ cơ bản có chân chữ và không chân chữ

Mẫu chữ lồng

(1) Tiếng Anh: typography.

Tranh cổ động, Ác-man-đô Mi-la-ni (Armando Milani)(1)

Tác hại của thuốc lá(2)



Tranh cổ động sử dụng chữ cách điệu trong truyền tải nội dung(3)

Yếu tố chữ trong lĩnh vực thiết kế đồ hoạ có đặc điểm gì?

---

(1) Nguồn: Wikipedia
(2) Nguồn: Đoàn Minh Phương
(3) Nguồn: Nguyễn Thanh Quang

Một số lưu ý khi sắp xếp bố cục chữ trong thiết kế đồ hoạ

Bố cục chữ tạo được sự cân đối, thuận mắt, sáng tạo và dễ đọc, thể hiện được phong cách nhất định, bao gồm những yếu tố cơ bản sau: kiểu chữ, cỡ chữ, khoảng cách giữa các dòng, chiều dài các dòng, khoảng cách giữa hai chữ, khoảng cách giữa các chữ trong tổng thể một khối chữ. Những yếu tố này rất cần thiết trong quá trình sáng tạo và lựa chọn bố cục chữ của các nhà thiết kế.

– **Phân cấp thông tin**

Phân cấp thông tin là việc sắp xếp và phân loại nội dung chữ trong một bản thiết kế theo mức độ quan trọng của chúng. Ta có thể sử dụng các kiểu chữ và kích thước chữ khác nhau để phân biệt và làm nổi bật những nội dung quan trọng, thông tin quan trọng nhất cần truyền đến mắt người xem nhanh nhất.

Kích thước, màu sắc, kiểu chữ được thay đổi để phân cấp thông tin trên cùng một bố cục

– **Biểu cảm của chữ trong thiết kế**

Trong một thiết kế, ngoài việc đáp ứng được yêu cầu thẩm mĩ, việc lựa chọn và sáng tạo kiểu chữ phải đáp ứng được các tiêu chí: dễ đọc, tác động được đến cảm xúc và trí tưởng tượng của người xem.

Biểu cảm chữ trong thiết kế đồ hoạ(1)

– **Căn lề**

Căn lề là việc điều chỉnh cho các dòng chữ trong một khối chữ nằm sát lề trái, sát lề phải hoặc cân xứng giữa khuôn hình khối chữ. Tuy nhiên, trong thiết kế áp phích quảng cáo hay những bìa sách hiện đại, ta có thể thấy nhà thiết kế sử dụng cách sắp xếp mang xu hướng tự do, có tính động, phong phú trong sự sắp xếp các vị trí, thành phần chữ.

Căn lề trái | Căn lề phải | Cân xứng | Căn lề tự do

(1) Nguồn: Nguyễn Toàn

– **Tính nhất quán**

Trong một nội dung chữ, các kiểu chữ cần nhất quán để tránh sự khó hiểu và lộn xộn. Khi truyền tải thông tin, trong một khối chữ, nếu cùng một nội dung nên sử dụng cùng một kiểu chữ. Nhà thiết kế chỉ thay đổi kiểu chữ trong trường hợp cần tạo ra điểm nhấn cho khối chữ.

Mẫu áo truyền thông bảo vệ môi trường[1]

Tranh cổ động bảo vệ môi trường biển[2]

Logo Minh An[3]

(1), (2) Nguồn: Vương Thanh Trúc
(3) Nguồn: Nguyễn Diệu Linh

– **Cung cấp thông điệp rõ ràng**

Thông điệp trên bao bì, nhãn mác của sản phẩm được thể hiện thông qua các yếu tố đồ hoạ kết hợp với kiểu chữ rõ ràng sẽ mang lại cho người tiêu dùng cảm giác an tâm, tin tưởng vào chất lượng của sản phẩm và quyết định mua sản phẩm, do đó sẽ mang lại lợi nhuận cho doanh nghiệp.

Thông điệp về sản phẩm được thể hiện qua kiểu chữ và sự sắp xếp bố cục trên bao bì sản phẩm[1]

Sắp xếp chữ và hình theo dạng bố cục em yêu thích.

THẢO LUẬN

Sưu tầm một số sản phẩm thiết kế đồ hoạ mà em yêu thích, trao đổi trong nhóm và viết đoạn văn phân tích theo gợi ý:

– Điều gì tạo nên ấn tượng cho sản phẩm thiết kế này?
– Cách lựa chọn và sắp xếp đường nét, hình ảnh, màu sắc của sản phẩm như thế nào?
– Chữ đóng vai trò gì trong một sản phẩm đồ hoạ?
– Sự độc đáo trong thiết kế có ý nghĩa gì trong việc thể hiện thông điệp của sản phẩm?

VẬN DỤNG

Sử dụng các yếu tố tạo hình trong thiết kế đồ hoạ để thiết kế một chiếc túi xách hoặc hộp quà tặng người thân.

---

(1) Nguồn: Tác giả

KẾT NỐI TRI THỨC VỚI CUỘC SỐNG

BÀI 2

THIẾT KẾ LOGO ĐƠN GIẢN

Yêu cầu cần đạt

- Biết được đặc điểm của logo và thiết kế logo.
- Bước đầu biểu đạt được ý tưởng nội dung ở thiết kế.
- Thực hiện được nhiều phác thảo và hoàn thiện thiết kế logo đơn giản.
- Giới thiệu được ý tưởng thẩm mĩ ở sản phẩm thiết kế logo.
- Qua thiết kế logo đơn giản, học sinh hiểu và yêu thích công việc thiết kế đồ hoạ.

KHÁM PHÁ

Logo không chỉ là hình ảnh đại diện mà còn là câu chuyện của mỗi thương hiệu. Một logo đẹp phải phản ánh được những giá trị và sứ mệnh của đối tượng mà nó đại diện. Một logo đẹp sẽ tồn tại lâu dài với thời gian, tác động được đến cảm xúc. Để hiểu về logo, người xem phải cảm nhận được sự kết hợp tinh tế trong từng đường nét, hình ảnh, màu sắc, kiểu chữ tạo nên logo của nhà thiết kế. Trong thiết kế đồ hoạ, logo được định nghĩa là một hình ảnh hay kí hiệu có chức năng thông tin, truyền đạt thông điệp qua kênh thị giác nhằm biểu thị một đối tượng hoặc ý niệm nào đó. Trong nhiều trường hợp, logo là một tín hiệu trực quan thể hiện đặc tính và bản chất của chủ thể mà nó đại diện, tạo ra sự khác biệt giữa các đơn vị, tổ chức hoặc các sản phẩm hàng hoá. Phạm vi sử dụng của logo rất rộng như: trên các biển hiệu của một công ty, nhãn mác, bao bì sản phẩm, trong các giấy tờ văn bản hành chính, sản phẩm báo chí, truyền hình,...

Logo Uỷ ban Chữ thập đỏ quốc tế (ICRC)(1)

Logo Tổ chức Y tế Thế giới (WHO)(2)

Logo của một đơn vị, tổ chức hay một nhãn hàng thường được đặt ở đâu? Logo có ý nghĩa thế nào với một đơn vị, một tổ chức hay một thương hiệu?

(1), (2) Nguồn: Wikipedia

NHẬN BIẾT

Các loại logo cơ bản

– **Logo thương mại:** Hình ảnh mang tính đại diện hoặc biểu tượng cho tên của một công ty và nhãn hiệu được thiết kế độc đáo để nhận biết. Trong một chiến lược tiếp thị sản phẩm, logo sẽ được trình bày như một biểu tượng hoặc thương hiệu để phân biệt một sản phẩm cụ thể giữa nhiều sản phẩm cạnh tranh trên thị trường.

Logo ngành thuỷ sản(1)

Logo ngành hàng hải(2)

Logo ngành hàng không(3)

Logo ngành nông nghiệp(4)

Logo thương mại có đặc điểm gì?

(1), (2), (4) Nguồn: acr23
(3) Nguồn: Nizwa Design

KẾT NỐI TRI THỨC
VỚI CUỘC SỐNG

– **Logo phi thương mại:** Hình ảnh đại diện cho một tổ chức phi thương mại (các tổ chức văn hoá, chính trị, tổ chức nhân đạo) để truyền tải một thông điệp, mục đích, tôn chỉ của tổ chức.

Logo Quỹ Nhi đồng Liên hợp quốc (UNICEF)[1]

Logo Tổ chức Quốc tế về Bảo tồn Thiên nhiên[2]

Logo Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hoá Liên hợp quốc (UNESCO)[3]

Logo phi thương mại có đặc điểm gì?

Các đặc điểm cơ bản của logo

– **Tính đơn giản:** Hoạ sĩ thiết kế phải đưa ra được hình ảnh đơn giản, ấn tượng, đặc trưng nhất có thể để phát huy chức năng truyền đạt thông điệp, gợi sự liên tưởng trực tiếp hay liên tưởng gián tiếp cho người xem, giúp người xem dễ hiểu, dễ nhớ đến. Logo được thiết kế đơn giản sẽ giúp không bị mất nét hay rối mắt khi cần phóng to, thu nhỏ để in ấn trên mọi kích thước và còn dễ thể hiện chính xác trên các chất liệu khác nhau như đồng, gỗ, i-nốc (inox), bê tông,... trong trường hợp logo được gắn trên tường hay cổng ra vào của cơ quan, đơn vị để dễ nhận diện. Tính đơn giản trong thiết kế logo còn được thể hiện ở một số tiêu chí sau:

+ Các hình, nét thể hiện tín hiệu đơn giản, tỉ lệ hài hoà. Logo không có quá nhiều chi tiết phức tạp hay quá nhỏ để thuận tiện khi trình bày trong văn bản.

(1), (2), (3) Nguồn: Wikipedia

+ Các đường thẳng, đường cong hay hình vuông, hình tròn,... đều bao hàm những ý nghĩa khác nhau. Vì thế, một nhà thiết kế logo chuyên nghiệp là người có thể sử dụng chắt lọc các yếu tố để biểu thị những phẩm chất cụ thể về thương hiệu.
+ Việc kết hợp hình ảnh màu và chữ (nếu có) cần hài hoà, thống nhất trong hình thức thể hiện. Tránh sử dụng hình ảnh có tính phức tạp để làm biểu tượng và kết hợp với kiểu chữ quá cầu kì dẫn đến người xem bị rối mắt, nhiễu thông tin.

Logo hãng đàn Organ (giả định)[1]

– **Tính biểu tượng:** Đặc trưng này trong logo có khả năng vượt qua các hàng rào ngôn ngữ làm cho người xem dù ở nhiều quốc gia khác nhau, nhiều nền văn hoá khác nhau vẫn có thể cùng chung cảm nhận về đối tượng chủ thể của nó. Trong vài chục giây quan sát, người xem có thể đọng lại đường nét, màu sắc hay kiểu chữ trong trí nhớ ngay lập tức.

Logo giải đua xe đạp (giả định)[2]

– **Tính khác biệt:** Sự khác biệt giúp định vị hình ảnh logo qua đó tổ chức hay công ty trở nên nổi bật hơn. Sự khác biệt này được hiểu là tính độc đáo, ấn tượng trong việc thiết kế hình ảnh cho logo. Tuy nhiên, tính khác biệt nhưng không làm mất đi thông điệp, ý nghĩa của hình ảnh logo, hay phá vỡ các nguyên lí thiết kế cơ bản nhất. Cần lưu ý, sự khác biệt thái quá sẽ dẫn đến khó hiểu và nhiều khi cho hiệu ứng xấu, phản cảm và gây ấn tượng ban đầu không tốt khi khách hàng tiếp cận với một thương hiệu.

Cùng biểu tượng thỏ ngọc nhưng mỗi mẫu logo mang lại cho người xem cảm nhận khác nhau[3]

(1) Nguồn: Bùi Minh Nguyệt
(2) Nguồn: Quách Thị Lan
(3) Nguồn: Duy Mai

Màu sắc trong thiết kế logo

Màu sắc là một yếu tố quan trọng trong thiết kế logo, bởi màu sắc không chỉ là tín hiệu nhận biết mà còn tác động đáng kể đến trạng thái cảm xúc của con người. Màu sắc hiển thị trên logo có thể kích thích trí tưởng tượng và gợi liên tưởng đến đặc trưng của thương hiệu. Sử dụng màu sắc trong logo, nhà thiết kế phải hiểu được tác động của màu sắc đến tâm lí người xem, cũng như quan niệm về màu sắc của mỗi vùng miền văn hoá mà sản phẩm mang logo đó hướng đến.

Cùng với sự đơn giản hoá về hình và bố cục, màu sắc của logo cũng cần đơn giản tới mức tối đa. Để lựa chọn màu sắc của logo, các nhà thiết kế phải dựa trên đặc trưng của đối tượng thiết kế, hoặc lựa chọn màu để truyền tải một thông điệp, ý nghĩa nào đó của đơn vị hay sản phẩm. Một mẫu logo có thể được sử dụng nhiều màu, hoặc một màu đơn.

Màu thường được thể hiện ở dạng phẳng giúp thuận tiện cho việc in đen trắng hay thi công thành khối ở các vật liệu khác như đồng, i-nốc, sắt, xi măng,... Trong tình huống cần chuyển sắc độ (độ sáng) một màu của logo, người ta thường dùng thủ pháp đồ hoạ như chuyển một màu phẳng thành các nét, chấm được tổ chức dày mỏng mau thưa khác nhau để tạo sắc độ. Về nguyên tắc, màu sắc trong thiết kế logo phải được dùng một cách chính xác và nhất quán trong mọi hoàn cảnh. Điều này không chỉ đặc biệt ý nghĩa trong việc xây dựng thương hiệu về mặt cảm xúc, mà còn mang tính ứng dụng cao, giúp thương hiệu nổi bật trên thị trường, đó là một bước quan trọng để người xem ghi nhớ hình ảnh của thương hiệu lâu bền trong tâm trí.

Logo Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam[1]

Logo Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp của Liên hợp quốc (FAO)[2]

WORLD TRADE ORGANIZATION

Logo Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO)[3]

(1), (2), (3) Nguồn: Wikipedia

Một vài dạng logo thường gặp

– Logo thiết kế tạo hình theo dạng chữ

Thiết kế logo dạng chữ làm chủ đạo, thường được các nhà thiết kế lấy chữ cái làm đối tượng khai thác, nhằm tạo ra những câu chuyện thú vị về thương hiệu bằng con chữ. Đây là cách thiết kế thông qua sự sáng tạo sắp xếp bố cục và lựa chọn kiểu chữ, màu sắc hấp dẫn khiến người xem chú ý đến nội dung, chủ đề mà tác giả đã thiết kế. Ngoài ra, nó còn ẩn chứa sự thân thiện của một thương hiệu đối với khách hàng, hay mang thông điệp của một tổ chức chính trị, xã hội.

Logo hãng máy kéo (giả định)(1)

Logo Tổ chức Tiêu chuẩn hoá Quốc tế(2)

Logo có thể được thiết kế chỉ có chữ mà không có hình với nhiều dáng vẻ và kiểu chữ khác nhau, nhưng quan trọng nhất phải chân phương, dễ đọc, dễ nhớ, gợi được những liên tưởng sâu xa. Logo dạng này thường không có hình ảnh minh hoạ cho thông điệp trên logo, vì tự bản thân kiểu chữ đã nói lên được ngữ nghĩa để truyền đạt thông tin. Logo dạng chữ nhiều khi không chỉ là dựa trên một kiểu chữ cụ thể có sẵn, mà nhà thiết kế sẽ phải lựa chọn một vài kiểu chữ và sau đó sáng tạo nên một hình ảnh mới mang thông điệp của đối tượng mà logo làm đại diện,...

– Logo dạng hình

Trong việc lựa chọn giải pháp thiết kế logo, có nhiều cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp thay vì chọn lựa một kiểu chữ nào đó để cách điệu, họ lại chọn cho mình một hình ảnh mang tính ẩn dụ làm hình tượng trưng cho công ty, gợi cho người xem liên tưởng đến đặc trưng, tính chất của cơ quan, doanh nghiệp hay cho dòng sản phẩm chính của doanh nghiệp.

Logo Thế vận hội(3)

Logo Liên đoàn bóng đá Việt Nam(4)

(1) Nguồn: Nguyễn Đức Thuận
(2), (3), (4) Nguồn: Wikipedia

– **Logo kết hợp giữa chữ và hình**

Thiết kế logo dạng này có ba hình thức thiết kế chính: chữ chính hình phụ, hình chính chữ phụ, chữ và hình ngang nhau.

Logo hãng thời trang nam(1)

Logo dạng này mang tính giản ước tối đa. Hình ảnh được khái quát và mang tính cách điệu cao, đóng vai trò làm biểu tượng đại diện cho thương hiệu, diễn tả sự nhận biết thương hiệu và dòng sản phẩm cũng như lĩnh vực kinh doanh của doanh nghiệp. Với dạng logo này, chữ và hình có thể tách rời nhau hoặc lồng ghép vào nhau (hình trong chữ). Phần nội dung chữ phải chân phương, ngắn gọn, dễ đọc. Nó có thể là chữ cái đầu viết tắt tên công ty kết hợp với hình ảnh, cũng có thể là tên đầy đủ của công ty.

Logo áo lớp(2)

Hãy quan sát và vẽ đơn giản một đối tượng (côn trùng, hoa lá, động vật, đồ vật,...) mà em yêu thích để thể hiện tính đơn giản trong tạo hình logo.

EM CÓ BIẾT

Vẽ đơn giản hoá một đối tượng

Vẽ đơn giản hoá hay khái quát hoá là phương pháp chuyển hoá những đối tượng (con người, động vật, cỏ cây, hoa lá, phong cảnh, kiến trúc,...) từ những hình ảnh thực thành những hình tượng đơn giản mang đặc trưng của đối tượng (dùng nhiều trong lĩnh vực mĩ thuật ứng dụng) làm cho nó có khả năng thể hiện được bằng những chất liệu khác nhau và ăn nhập với không gian mà nó được ứng dụng. Để có được một hình ảnh đẹp, hoạ sĩ phải qua rất nhiều giai đoạn làm việc.

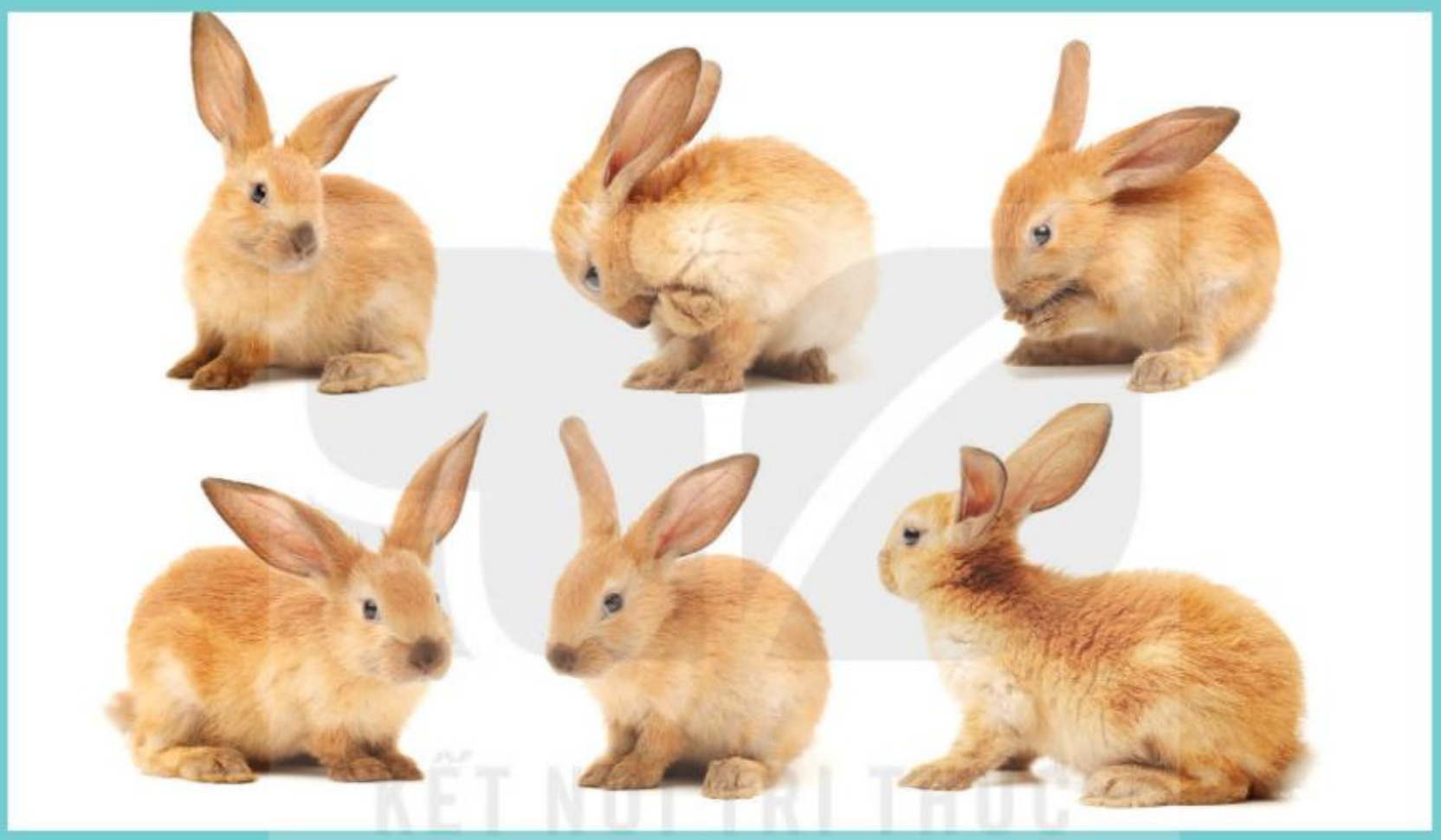
(1) Nguồn: Dương Thị Ly
(2) Nguồn: Vương Thanh Trúc

– Quan sát đặc điểm

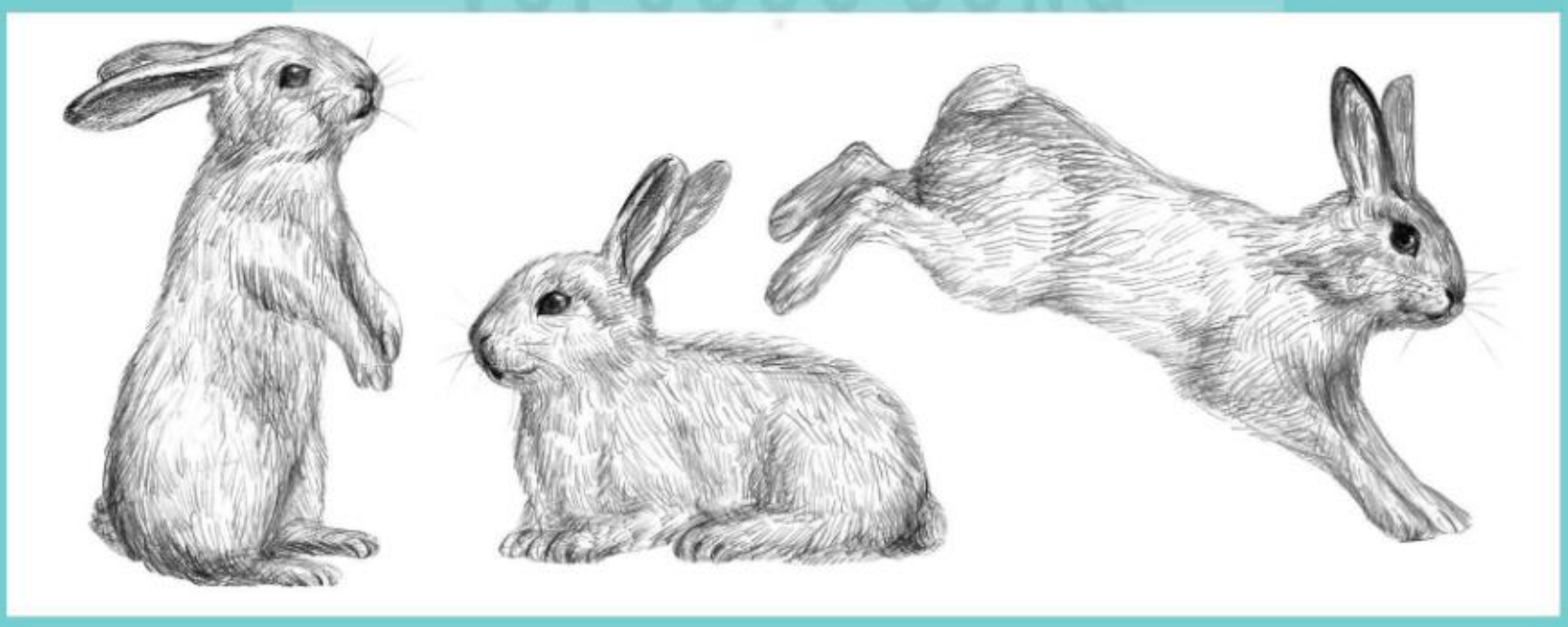
Quan sát đối tượng trước khi vẽ là bước quan trọng. Từ đó, hoạ sĩ có thể nhận ra được những đặc trưng của đối tượng.

– Vẽ nghiên cứu chi tiết

Vẽ nghiên cứu nhằm nhiều mục đích khác nhau: làm tài liệu bố cục tranh, tài liệu trang trí, ghi nhớ hình ảnh. Bởi vậy, có nhiều cách vẽ khác nhau như: kí hoạ bằng bút chì trên giấy, kí hoạ bằng mực tàu, thuốc nước, phấn màu, bột màu, bút sắt, bút lông. Mỗi con vật nên vẽ ở nhiều dáng, trong các tư thế khác nhau.



Hình ảnh con thỏ từ nhiều góc quan sát(1)



Vẽ nghiên cứu bằng bút chì(2)

(1) Nguồn: JIANG HONGYAN
(2) Nguồn: Ilona Rainbow

– Đơn giản hoá đối tượng

Sau quá trình quan sát, vẽ nghiên cứu, có thể đơn giản hoá bằng cách lược bỏ đi những chi tiết rườm rà, không cần thiết, chỉ giữ lại những đặc trưng của đối tượng. Ví dụ: Với hình chú thỏ, có thể vẽ với các đặc trưng là đường cong ở lưng; đôi chân nhỏ, ngắn; đôi tai dài.

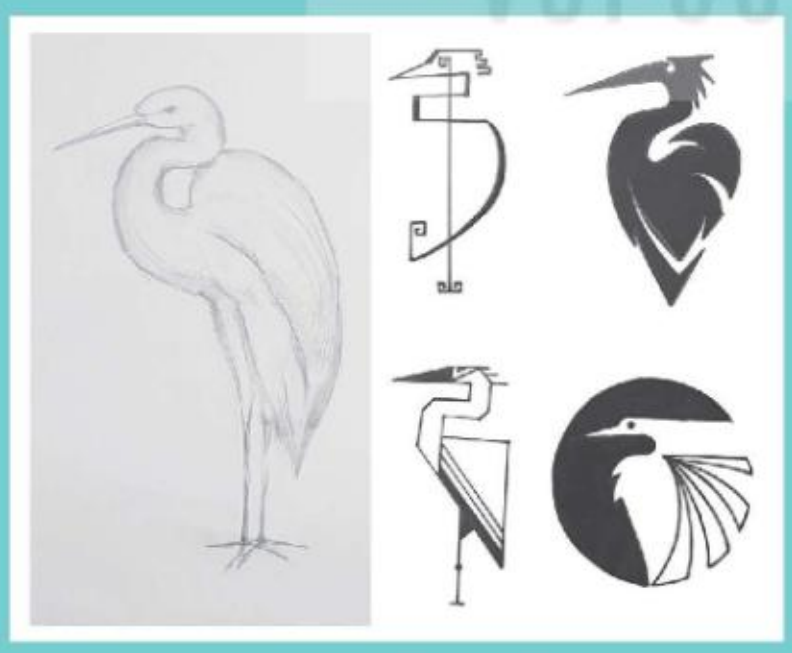
Vẽ đơn giản con thỏ[1]

+ *Đơn giản hoá đối tượng bằng nét*

Do yêu cầu của thiết kế mà ta có thể diễn tả đối tượng bằng nét. Phương pháp dùng nét để mô tả đối tượng vẽ được các hoạ sĩ sử dụng khá nhiều. Ngoài việc chọn đối tượng cho phù hợp, cần lưu ý nhất là tiết tấu, nhịp điệu của đường nét, mối quan hệ giữa thẳng và cong, mềm và cứng, thưa và mau, thô và mảnh sao cho thuận mắt, hợp lí và có thẩm mĩ. Nên sử dụng nhiều sự phối hợp đối lập, đường nét dứt khoát, rõ ràng hoặc nhiều đường thẳng mạnh. Trên cơ sở đó, cường điệu hoá một số yếu tố tạo hình, lược bớt một số chi tiết không cần thiết và phối hợp tạo nên sự hài hoà chung hoàn chỉnh.

+ *Đơn giản hoá đối tượng bằng mảng*

Trong thực tế quan sát thiên nhiên, mọi vật thể đều cho chúng ta cái nhìn ba chiều nhưng trong cách nhìn ngôn ngữ tạo hình của thiết kế đồ hoạ, có những trường hợp mảng đậm nhạt trên đối tượng đã có tính trang trí đẹp mắt hoặc do yêu cầu của thiết kế, người ta cách điệu hoá để đưa đối tượng về mảng phẳng mang lại hiệu quả thẩm mĩ và ấn tượng hơn.



Vẽ đơn giản con cò[2]

Vẽ đơn giản con ngựa vằn[3]

(1) Nguồn: Duy Mai
(2) Nguồn: Nguyễn Hồng Thắm
(3) Nguồn: Nguyễn Đức Thắng

Các bước sáng tác logo

– Tìm kiếm tư liệu về logo

Nguồn tư liệu về logo vô cùng phong phú, có thể tham khảo qua các phương tiện như internet, sách, báo, tạp chí,... Việc nghiên cứu tư liệu sẽ làm phong phú kiến thức, trí tưởng tượng nhằm tạo ra sản phẩm thiết kế hướng đến sự mới mẻ, độc đáo; tránh sự trùng lặp mà người đi trước đã thực hiện.

– Xây dựng ý tưởng

Xây dựng ý tưởng trong thiết kế đồ hoạ chỉ hoạt động sáng tạo ra các sản phẩm thiết kế mới, đáp ứng tốt các yêu cầu của thiết kế. Để xây dựng ý tưởng, cần quan sát kĩ đặc điểm điển hình của đối tượng và vẽ lại những đặc điểm đặc trưng nổi bật nhất của đối tượng, từ đó tìm ra hình ảnh đại diện của đối tượng thiết kế.

Các bước gợi ý thiết kế logo lấy ý tưởng từ hoa sen(1)

Quan sát các đặc trưng của hoa sen, ta nhận thấy không khó để nhận ra được ngay những đặc trưng của loài hoa. Lối cách điệu đơn giản, khái quát hoá đối tượng như trên, thường được các hoạ sĩ sử dụng vì nó mang ý nghĩa phổ cập về mặt thẩm mĩ, dễ được chấp nhận. Trong thực tiễn của nghệ thuật thiết kế logo, lối biểu hiện này đáp ứng được yêu cầu với một logo: trước hết phải dễ nhìn, dễ đọc và đặc biệt dễ nhớ.

(1) Nguồn: Duy Mai

– **Phác thảo**

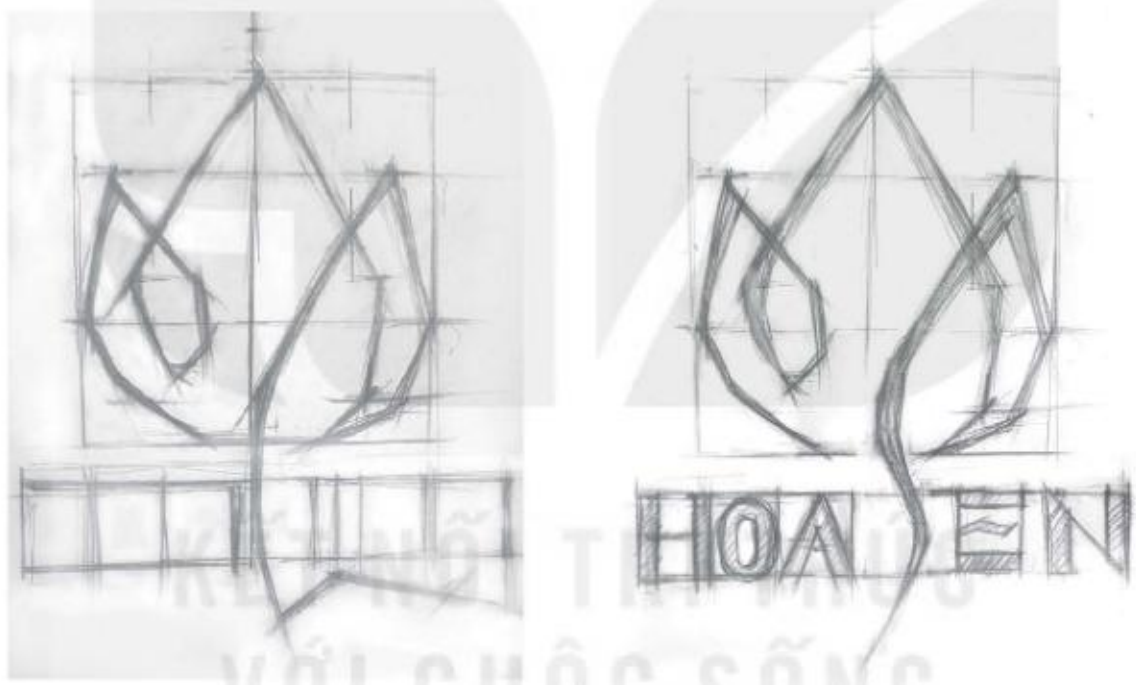
Phác thảo sơ bộ là bước đầu tiên để thiết kế logo hiệu quả. Có thể phác thảo đơn giản với các bản vẽ giấy và bút chì hoặc thực hiện bằng phần mềm trên máy tính. Việc phác thảo có thể bắt đầu với 5 đến 10 bản phác thảo, sau đó phân nhóm để lọc ra các biến thể của ý tưởng ban đầu. Một bản thiết kế logo hiệu quả cần lưu ý một số nội dung sau:

Tính cân bằng

Cân bằng rất quan trọng trong thiết kế logo vì chúng ta thường nhận thức một cách tự nhiên rằng: sự cân đối luôn dễ chịu và hấp dẫn mắt nhìn. Do đó, cần giữ cho hình ảnh của logo cân bằng bằng cách cân đối các tương quan của yếu tố đồ hoạ như màu sắc và tỉ lệ hình, chữ bằng nhau ở mỗi bên.

Kích thước

Khi nói đến thiết kế logo, kích thước rất quan trọng. Một logo ngoài tính thẩm mĩ thì còn phải dễ nhìn ở mọi kích cỡ. Một logo sẽ không đạt được hiệu quả nếu khi thu nhỏ để in trên các loại giấy tờ văn bản, danh thiếp, bao bì,... mà mất hết chi tiết, chữ quá nhỏ dẫn đến tình trạng rối mắt và khó đọc.



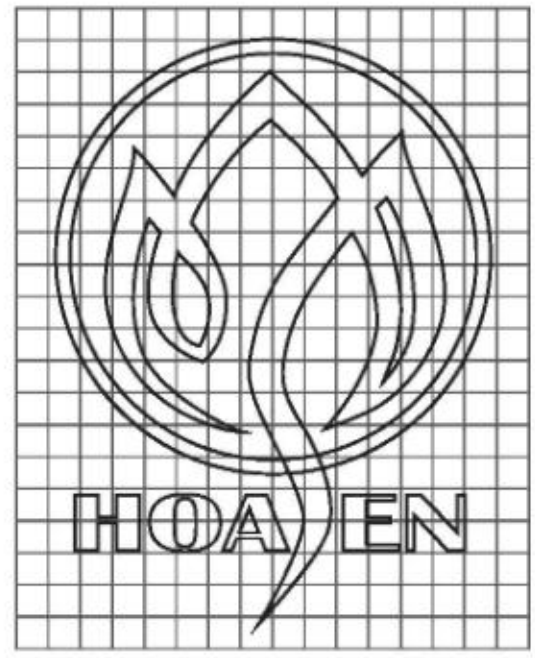
Bước đầu phác thảo logo bằng chì lấy ý tưởng từ bông hoa sen với những đường thẳng

Phác thảo logo đen trắng

Phác thảo tìm màu cho logo

– **Hoàn thiện thiết kế**

Khi các phương án phác thảo đã được hoàn thiện và chính thức đưa vào sử dụng, cần phải có bản vẽ kĩ thuật chuẩn mực để định hình đối tượng. Bản vẽ kĩ thuật là căn cứ để kiểm tra sự chuẩn xác, đảm bảo sự đồng dạng, cân đối khi logo được phóng to hoặc thu nhỏ. Nhà thiết kế có thể đặt hình ảnh logo lên trên một mạng lưới ô vuông, sao cho các bộ phận cấu thành và ngoại hình của logo về cơ bản được đặt chồng khít lên cấu trúc của mạng lưới này, giúp xác định thông số về các kích thước và khoảng cách an toàn liên quan đến hình dạng của logo. Đó là khoảng trống của logo khi đặt trong hệ thống lưới và khi đặt logo ở một nơi khác. Điều đó giúp xác định vị trí đặt logo ở lề, góc của một trang in hoặc trên bao bì tem, nhãn. Đây là khoảng trống bắt buộc tối thiểu giữa biểu tượng với chữ và các yếu tố đồ hoạ khác nhằm đảm bảo tính rõ ràng và dễ đọc cho logo.



Logo nét đen trên lưới

Tiêu chí đánh giá một logo đẹp không chỉ dừng lại ở hình ảnh. Việc lựa chọn màu sắc cũng là một phần quan trọng giúp nhận diện thương hiệu. Màu sắc của nó cũng được quản lí rất chặt chẽ phải đảm bảo sao cho màu của logo trên tất cả các ấn phẩm của thương hiệu chủ quản phải đồng nhất với nhau.

Logo hoàn thiện

KẾT NỐI TRI THỨC
VỚI CUỘC SỐNG

Hãy thiết kế một logo đơn giản theo chủ đề em yêu thích.

Một số hình ảnh tham khảo

Nguyễn Thu Huệ, logo bảo vệ môi trường

Phạm Tuấn Hiệp, logo bảo vệ môi trường

EM CÓ BIẾT

Ý nghĩa của logo trong nhận diện thương hiệu

Suốt chiều dài của nền văn minh nhân loại, từ khi hình thành những nhà nước đầu tiên, con người đã biết tạo những con dấu thể hiện quyền sở hữu trên đàn gia súc, những gia huy biểu tượng cho một gia đình quý tộc, biểu tượng quyền lực của một vị vua hay những biểu tượng cho một đấng thần linh mà họ tôn thờ. Trong khoảng từ thế kỉ 18 đến thế kỉ 19, khi cuộc cách mạng công nghiệp chuyển đổi xã hội phương Tây từ nông nghiệp sang công nghiệp, hàng loạt cải tiến về công nghệ in ấn đã có những tác động lớn làm thay đổi khả năng tiếp thị, phân phối hàng hoá. Đây là thời kì bùng nổ của ngành quảng cáo với những thiết kế tích hợp kiểu chữ và hình ảnh. Vai trò của logo lúc này được sử dụng như một yếu tố dùng để phân biệt thương hiệu, với tần suất xuất hiện liên tục, nó trở thành một phương tiện giao tiếp bằng hình ảnh của doanh nghiệp với xã hội. Nhiều doanh nghiệp bắt đầu quan tâm tìm kiếm một giải pháp tín hiệu nhận biết sao cho đơn giản, dễ nhớ để phân biệt họ với các doanh nghiệp khác, cũng như tìm kiếm tính nhất quán về tín hiệu.

Ngày nay, trong thời đại ngành truyền thông phát triển, logo không chỉ xuất hiện trên các ấn phẩm truyền thông như sách, báo, tạp chí mà logo còn xuất hiện trên mọi phương tiện truyền thông khác như truyền hình, trang thông tin điện tử,... Vì vậy, thiết kế logo không chỉ thể hiện sự sáng tạo về ngôn ngữ biểu đạt của nhà thiết kế, mà còn phải có tính ứng dụng cao, bản thân nó phải thích ứng với việc chuyển động linh hoạt trên mọi phương tiện truyền thông với mọi kích thước khác nhau, để việc sử dụng logo được phổ quát hơn. Khi người xem nhìn vào logo xác định được ngay lĩnh vực mà thương hiệu đang hoạt động và từ đó khắc sâu vào tâm trí khách hàng. Qua đó, ta thấy logo có ý nghĩa đặc biệt quan trọng trong việc định vị và nhận diện thương hiệu trên thị trường.

Con dấu thần Si-va Pa-su-pa-ti[1] (Shiva Pashupati), nền văn minh lưu vực sông Ấn (xuất hiện khoảng 3 300 năm TCN)

THẢO LUẬN

Trao đổi với các thành viên trong nhóm về sản phẩm đã thực hiện theo một số gợi ý sau:

– Những yếu tố tạo hình trong logo.

– Ý nghĩa các hình ảnh trên logo.

VẬN DỤNG

Hãy thiết kế logo cho một câu lạc bộ của trường em hoặc biểu tượng đại diện cho địa phương em sinh sống.

(1) Nguồn: Wikipedia

MỘT SỐ THUẬT NGỮ DÙNG TRONG SÁCH

Thuật ngữ	Giải thích	Trang
biểu cảm	Là một cảm nhận hay một sự xúc động nào đó mà hoạ sĩ mang đến cho người xem thông qua hình ảnh, màu sắc, đường nét	15
điểm nhấn	Là những chỗ nổi bật hơn chỗ khác, có thể tươi hơn, đậm hơn, dày hơn, làm cho hình ảnh gây chú ý hơn để làm nổi bật chủ đề	16
kiểu chữ	Là sự khác nhau về hình dáng giữa các bộ chữ, cần nhận rõ đặc điểm khác nhau của từng mẫu chữ như chân chữ, bụng chữ, thân chữ	12
minh hoạ	Là làm sáng tỏ một ý nào đó thông qua hình ảnh, màu sắc, đường nét	23
phác thảo	Là những bản vẽ đầu tiên bằng bút chì hay màu để vẽ sơ từ mờ đến tỏ, từ nhạt đến đậm. Trong thiết kế đồ hoạ, những bản phác thảo tay khi đã dần hình thành có thể được đưa lên máy tính rồi dùng các phần mềm vẽ, hoàn thiện	18
quảng cáo	Là một hoạt động trong lĩnh vực thương mại hay đời sống nhằm giới thiệu một mặt hàng nào đó, để kích thích người mua hàng. Trong thiết kế đồ hoạ, hoạ sĩ sử dụng những ý tưởng độc đáo, mới lạ, kết hợp hình ảnh cụ thể, màu sắc tươi sáng, mạnh mẽ, con chữ to khoẻ nhằm thu hút sự chú ý của khách hàng vào sản phẩm	6
thiết kế đồ hoạ	Là việc sử dụng các yếu tố tạo hình để thể hiện ý tưởng sáng tạo nhằm mục đích trang trí, làm đẹp cho sản phẩm, đáp ứng nhu cầu thẩm mĩ của người sử dụng	5
thủ pháp đồ hoạ	Là kĩ năng sử dụng các yếu tố tạo hình của đồ hoạ như mảng, nét, chấm,... để thể hiện một hình ảnh, làm cho hình ảnh trở nên hấp dẫn, thú vị	22
tranh cổ động	Là thể loại tranh sử dụng kết hợp hình ảnh, màu sắc, đường nét và chữ để tuyên truyền, cổ động về một vấn đề của xã hội hay để tuyên truyền về các sự kiện của đất nước. Tranh cổ động thường được in nhiều khổ lớn nhỏ khác nhau, treo ở những nơi công cộng có đông người qua lại, dễ nhìn, dễ hiểu để nhiều người cùng biết đến	7
truyền thông	Là những hoạt động dùng các phương tiện để truyền đi thông tin. Trong thiết kế đồ hoạ, thông điệp được thể hiện qua chữ, hình ảnh, màu sắc đưa thông tin đến người nhận.	6
ý tưởng	Là một khái niệm hay ấn tượng thuộc về tinh thần, ý định, mong muốn nó hình thành và phát triển trong tương lai	5

BẢNG TRA CỨU TÊN RIÊNG NƯỚC NGOÀI

Tên phiên âm	Tên riêng nước ngoài	Trang
Ác-man-đô Mi-la-ni	Armando Milani	13
Bau-hau	Bauhaus	10
Giu-Xmít	Joost Schmidt	10
Si-va Pa-su-pa-ti	Shiva Pashupati	30
Vai-ma	Weimar	10

Nhà xuất bản Giáo dục Việt Nam xin trân trọng cảm ơn các tác giả có tác phẩm, tư liệu được sử dụng, trích dẫn trong cuốn sách này.

Chịu trách nhiệm xuất bản:
Chủ tịch Hội đồng thành viên – Tổng Giám đốc NGUYỄN TIẾN THANH

Chịu trách nhiệm nội dung:
Tổng biên tập PHẠM VĨNH THÁI

Biên tập lần đầu: ĐINH THANH LIÊM – NGUYỄN VĂN NGUYÊN
Biên tập tái bản: PHẠM DUY ANH – NGUYỄN VĂN NGUYÊN
Biên tập mĩ thuật: NGUYỄN BÍCH LA
Thiết kế sách: PHẠM THỊ MINH THU
Trình bày bìa: NGUYỄN BÍCH LA
Minh hoạ: NGUYỄN THỊ NGỌC THUỶ
Sửa bản in: TẠ THỊ HƯỜNG – NGUYỄN DUY LONG
Chế bản: CTCP MĨ THUẬT VÀ TRUYỀN THÔNG

Bản quyền © (2022) thuộc Nhà xuất bản Giáo dục Việt Nam.

Xuất bản phẩm đã đăng kí quyền tác giả. Tất cả các phần của nội dung cuốn sách này đều không được sao chép, lưu trữ, chuyển thể dưới bất kì hình thức nào khi chưa có sự cho phép bằng văn bản của Nhà xuất bản Giáo dục Việt Nam.

MĨ THUẬT 10 – THIẾT KẾ ĐỒ HOẠ
Mã số: G1HHXM002h25
In ..... bản, (QĐ .....) khổ 19 x 26,5 cm.
Đơn vị in:.....
Cơ sở in:.....
Số ĐKXB: 6-2025/CXBIPH/238-11/GD
Số QĐXB: .../..... ngày ... tháng ... năm .....
In xong và nộp lưu chiểu quý ..... năm .....
Mã số ISBN: 978-604-0-31095-8

HUÂN CHƯƠNG HỒ CHÍ MINH

BỘ SÁCH GIÁO KHOA LỚP 10 – KẾT NỐI TRI THỨC VỚI CUỘC SỐNG

1. Ngữ văn 10, tập một
2. Ngữ văn 10, tập hai
3. Chuyên đề học tập Ngữ văn 10
4. Toán 10, tập một
5. Toán 10, tập hai
6. Chuyên đề học tập Toán 10
7. Lịch sử 10
8. Chuyên đề học tập Lịch sử 10
9. Địa lí 10
10. Chuyên đề học tập Địa lí 10
11. Giáo dục Kinh tế và Pháp luật 10
12. Chuyên đề học tập Giáo dục Kinh tế và Pháp luật 10
13. Vật lí 10
14. Chuyên đề học tập Vật lí 10
15. Hoá học 10
16. Chuyên đề học tập Hoá học 10
17. Sinh học 10
18. Chuyên đề học tập Sinh học 10
19. Công nghệ 10 – Thiết kế và Công nghệ
20. Chuyên đề học tập Công nghệ 10 – Thiết kế và Công nghệ
21. Công nghệ 10 – Công nghệ trồng trọt
22. Chuyên đề học tập Công nghệ 10 – Công nghệ trồng trọt
23. Tin học 10
24. Chuyên đề học tập Tin học 10 – Định hướng Tin học ứng dụng
25. Chuyên đề học tập Tin học 10 – Định hướng Khoa học máy tính
26. Mĩ thuật 10 – Thiết kế mĩ thuật đa phương tiện
27. Mĩ thuật 10 – Thiết kế đồ hoạ
28. Mĩ thuật 10 – Thiết kế thời trang
29. Mĩ thuật 10 – Thiết kế mĩ thuật sân khấu, điện ảnh
30. Mĩ thuật 10 – Lí luận và lịch sử mĩ thuật
31. Mĩ thuật 10 – Điêu khắc
32. Mĩ thuật 10 – Kiến trúc
33. Mĩ thuật 10 – Hội hoạ
34. Mĩ thuật 10 – Đồ hoạ (tranh in)
35. Mĩ thuật 10 – Thiết kế công nghiệp
36. Chuyên đề học tập Mĩ thuật 10
37. Âm nhạc 10
38. Chuyên đề học tập Âm nhạc 10
39. Hoạt động trải nghiệm, hướng nghiệp 10
40. Giáo dục thể chất 10 – Bóng chuyền
41. Giáo dục thể chất 10 – Bóng đá
42. Giáo dục thể chất 10 – Cầu lông
43. Giáo dục thể chất 10 – Bóng rổ
44. Giáo dục quốc phòng và an ninh 10
45. Tiếng Anh 10 – Global Success – Sách học sinh

Website: https://www.nxbgd.vn

KẾT NỐI TRI THỨC VỚI CUỘC SỐNG

ISBN 978-604-0-31095-8

9 786040 310958

Giá: 6.000 đ